



mano mano

 MYPLANT
& GARDEN

Giardinaggio Online 2017 | ManoMano

22 Febbraio 2018 | Milano

AGENDA:

- **Presentazione ManoMano**
- **Focus Giardinaggio 2017**
- **Best Practice per vendere online**
- **Conclusioni**



Presentazione ManoMano

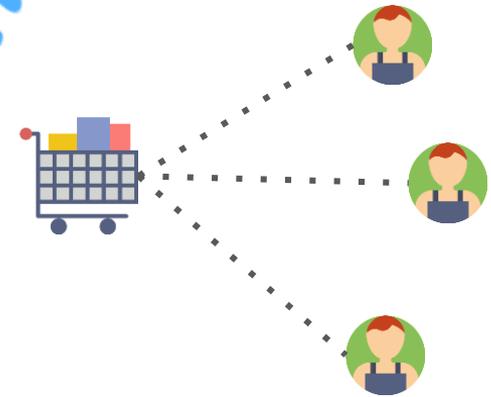
Chi siamo, mission e risultati

Cos'è ManoMano?

Commercianti



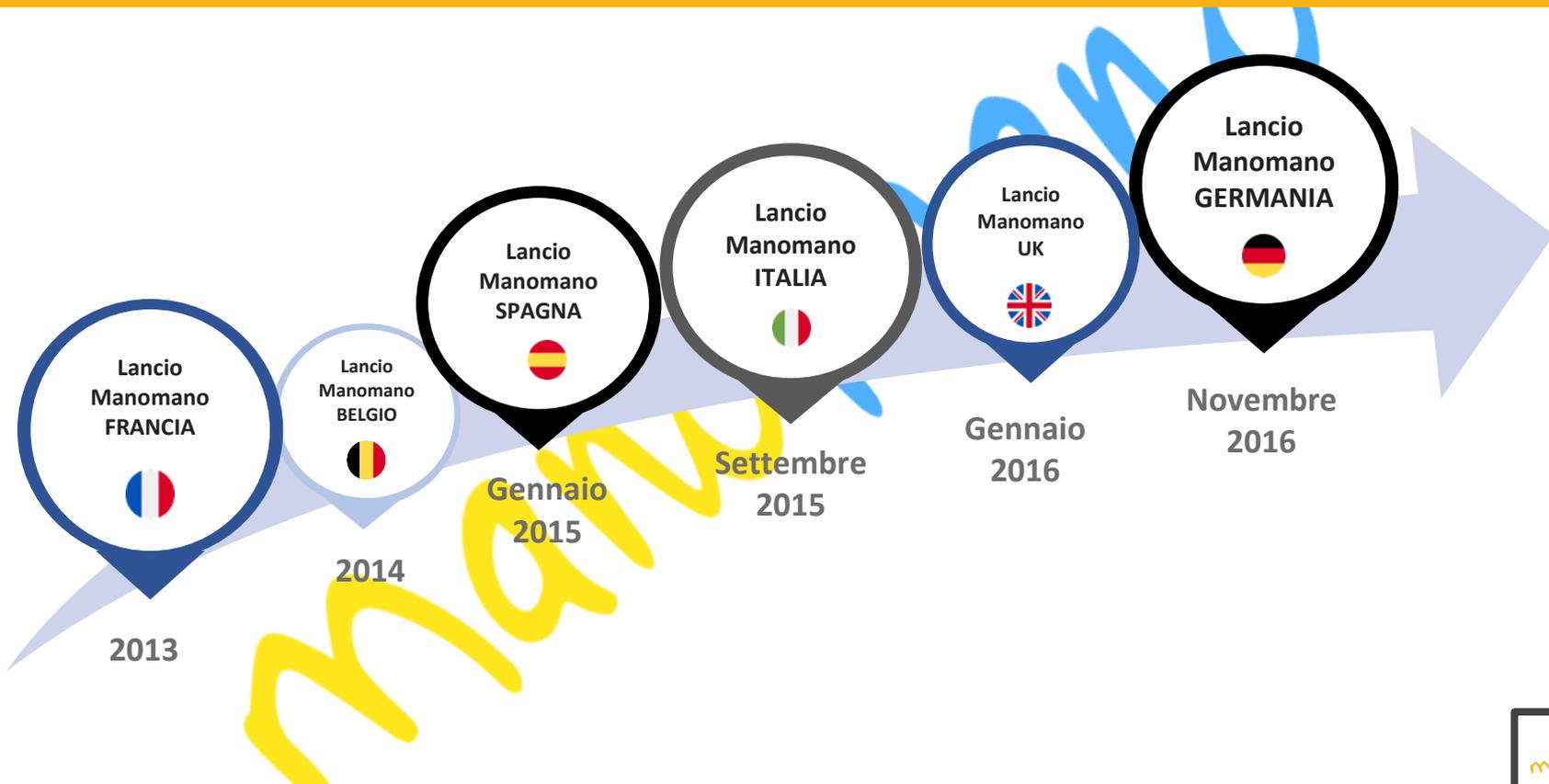
Clienti finali



1° marketplace europeo specializzato in prodotti per il giardinaggio e DIY



Il nostro sviluppo internazionale



I nostri numeri

10 nazionalità, **28.5** anni
in media

+1.200 sellers attivi

6
Paesi

2.3M
clienti

+1.7M prodotti online

200 collaboratori

+500K feedback

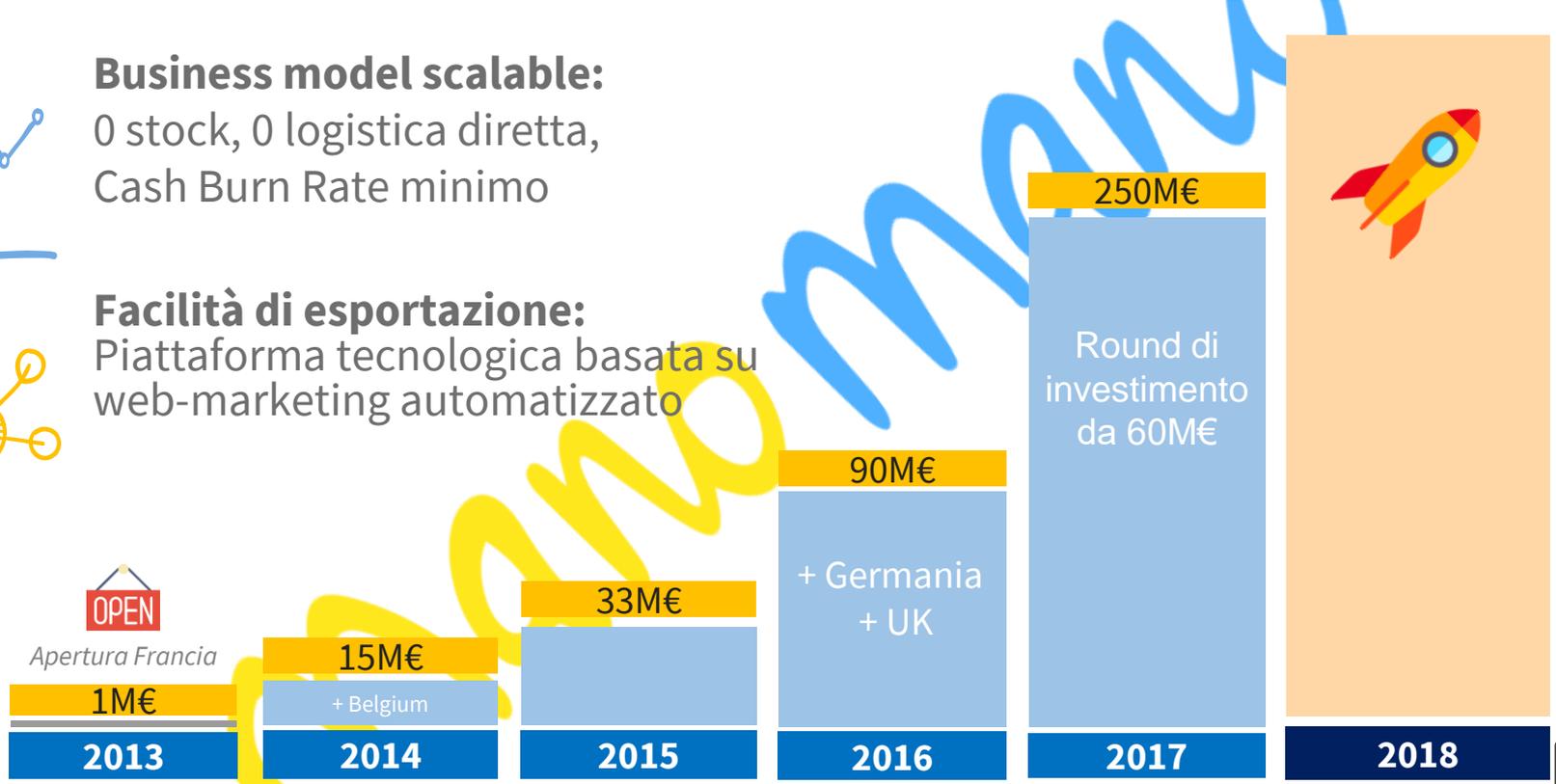
La nostra crescita

Business model scalable:

0 stock, 0 logistica diretta,
Cash Burn Rate minimo

Facilità di esportazione:

Piattaforma tecnologica basata su
web-marketing automatizzato





Focus giardinaggio 2017

Organizzazione famiglie, categorie, trend

Le nostre famiglie

- Giardino e piscine
- Utensileria
- Cucina
- Bagno
- Idraulica, sanitari e riscaldamento
- Elettricità
- Illuminazione
- Pavimenti e rivestimenti
- Ferramenta
- Edilizia

- Piante e sementi
- Macchine da giardino
- Utensili manuali per giardino
- Arredamenti e giochi da giardino
- Piscine e laghetti artificiali
- Spa
- Materiale per irrigazione
- Barbecue e piastre
- Serre, casette e garage
- Cancelli, reti in metallo e occultamenti
- Illuminazione da esterno
- Protezioni e schermature
- Pavimenti per terrazzi e giardino
- Trattamento e accessori



manomano

La crescita delle nostre Top categorie in 2017



+ 217%



+ 194%



+ 113%

Arredamenti e giochi da giardino

Piscine e laghetti artificiali

Macchine da giardino

■ 2016 ■ 2017

Chi sono i nostri partner ?

Internazionalizzazione

- **13.73%** dei commercianti provengono da paesi esteri

52 commercianti italiani già vendono sulle nostre piattaforme estere



Accompagniamo i migliori seller italiani per allargare i loro commerci all'internazionale!



Best practices per vendere online

Be smart, grow fast

Definire gli obiettivi



1- Consumer Centric

- Il cliente deve sempre essere al centro delle decisioni strategiche
- Da BtoB a BtoC
- Da Retail a Online



2- Data Driven

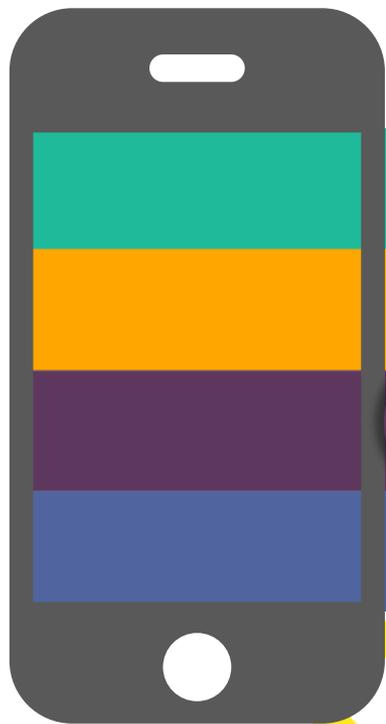
- Ogni strategia é basata al 100% sui dati
- Visibilità al 100%
- Troppa informazione uccide l'informazione



2- Test & Learn

- Errare humanum est, perseverare autem diabolicum
- Crescita naturale, costante e controllata
- Rapidità di adattamento

KPIs più importanti



1

CONVERSION RATE

2

BUSINESS VOLUME

3

CARRELLO MEDIO

4

TASSO DI CONTATTO

Conversion rate: definizione e componenti

**Conversion
Rate**

=

**Numero
vendite**

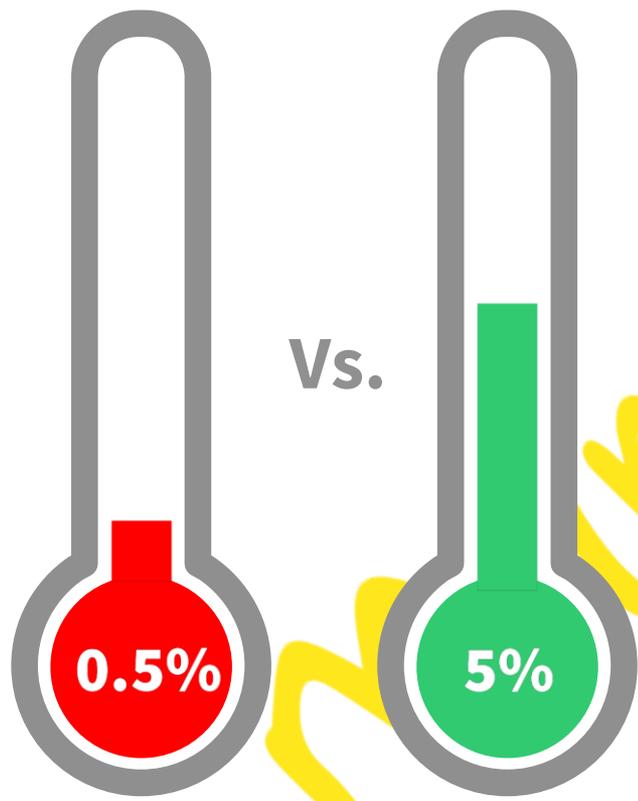
÷

**Visitatori
unici**

Influenzato da:

- **Qualità scheda prodotto**
- **Chiarezza contenuti foto / video**
- **Concorrenza prezzo**
- **Coerenza spese di spedizione**
- **Qualità percepita del prodotto**
- **Feedback**

Conversion rate: indicatore di salute



Vs.

Il conversion rate
permette di monitorare
**Il ROI (Return On Investment) del
prodotto...**

e di conseguenza degli investimenti!!!





Conclusion

Be smart, grow fast

Il nostro principale segreto: la scelta dei partners



Andrea Degl'Innocenti
Lead Business Developer Italy



GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

Venite a trovarci al nostro stand: **PAD. 12** , stand **G 44**